

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 11 (1998)
Heft: 4

Artikel: Nicht billig, günstig - Andreas Bürki, Designer : eine Geschichte von Ruedi Widmer über eine Mentalität und die langatmige Brauchbarkeit
Autor: Widmer, Ruedi
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-120819>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

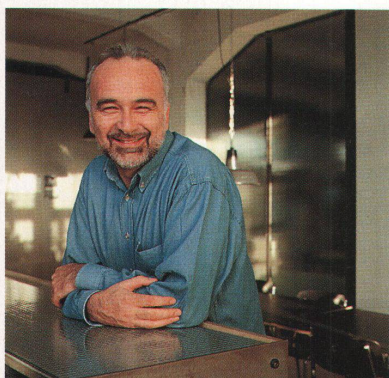
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 15.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Nicht billig, günstig – Andreas Bürki, Designer

Andreas Bürki, Industrial Designer SID, lebt und arbeitet in Bern. Der 46-jährige Schaffer verbindet Tugenden wie Nachhaltigkeit mit den forcierten Flexibilitätsansprüchen dieser Zeit. Für seine Gestelle, Schränke und Betten, für seine Bausysteme und Eisenbahnwagen hat er eine langatmige Brauchbarkeit entwickelt: nicht billig – günstig. Eine Geschichte über eine Mentalität.



Text: Ruedi Widmer
Bilder: Dominique Uldry

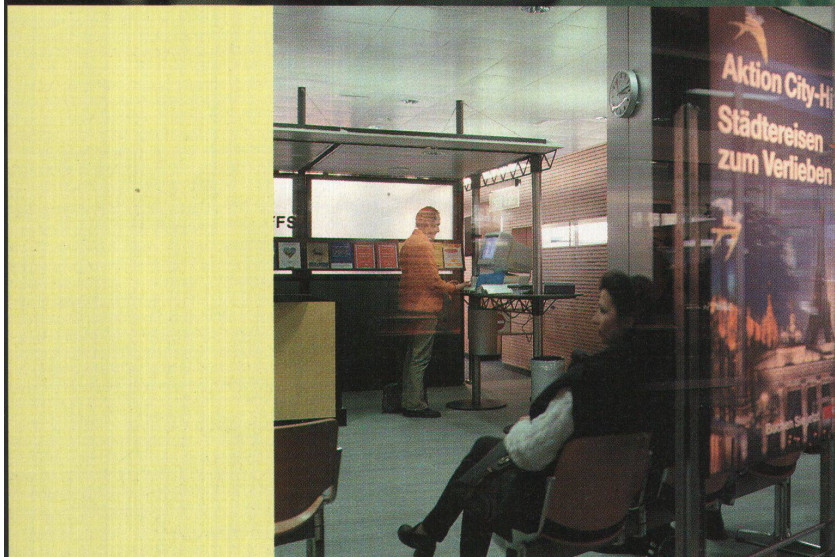
Ein Resultat von Bürkis Prinzip «Funktionieren und Multiplizieren» ist das SIS, das Selbstbedienungs-Informationssystem, wie der Prospekthalter auf SBB-Deutsch heisst. Es bestehen 20 Typen; ca. 2000 Stück sind für Bahnhöfe hergestellt worden (Produktion: Furex, Fehraltorf, und Ruch, Wasen I.E.)

Es ist Montag. Gestern gab es Raclette, der Magen rebellerte. Also heute Tee. Der Industrial Designer Andreas Bürki, gerade angekommen im Sitzungsraum der Berner Werkgruppe, beginnt ohne Begrüssungsfloskeln mit dem, was ihm im Magen liegt. Vom Raclette über den Stress schwenkt das innere Auge auf Bürkis jüngstes Werk, einen Postkartenhalter. Die Ausgangsfrage: Was machst du eigentlich mit all deinen Postkarten? Die Absicht: Vielfalt der Gebrauchsweisen. Die Prinzipien: Muss es Kunststoff sein?

Bürkis Welt nimmt mit einer hellen, jungen Stimme den ehemaligen Industrieraum an der Weyermannstrasse ein. Die «Werkgruppe» ist Bürkis Arbeitsumfeld: In dieser «Ateliernossenschaft für Gestalter», gegründet 1980, arbeiten neben ihm die Architekten Reinhard Briner und Martin Zulauf, der Innenarchitekt Peter Kupferschmied, der Bauleiter Martin Bauer und der Bautreuhänder Urs Mataré. Seit einem Jahr



«Funktionieren und Multiplizieren»
im Raum: 1997 hat Bürki aus verschiedenen Möbelsystemen das Reisebüro der SBB im Bahnhof Bern gebaut: Ein abgewandeltes Bau-system «Axis» von Bigla für die Struktur, für die Schaltermöbel das System «Compact» von Lista, und wenn eine Angestellte ein von den Systemen nicht vorgesehenes Anliegen hat, so wird Bürki ihr «schnell ein Brättli machen»



ist auch Duc Ha mit dabei, der Hochbauzeichnerstift. Die Männer teilen sich Infrastruktur, Administration und Räume, sie arbeiten je auf eigene Rechnung, aber immer wieder zusammen, intensiv vorab für Wettbewerbe.

Lokalitäten, Loyalitäten

Bürki ist im Reden wie ein Fass, das, kaum geritzt, schon sprudelt. Körperlich hingegen schlank und hochgewachsen. Frisur und Bart sind grau meliert, gepflegt und kurz geschritten. Das Haus der Werkgruppe ist gastlich, die Tonart warm, der Kaffee gut. Doch wer wie Bürki die Beiz gewöhnt ist, legt die Lederjacke nicht gleich ab. Die SBB-Uhr am Handgelenk beachtet er kaum, bis drei Stunden um sind.

Nachher, als wir beim Eindunkeln über den Berner Gleisen zum Bahnhof fahren, kommt er auf das eigene Umhergetriebensein zurück. Bürki hat die produktive Unrast mitgenommen – sie ihn, er sie –, seit er ins Metier eingestiegen ist. Mittlerweile ist er zu einer festen Grösse geworden in der Branche. Er sagt: «Nun sollte man es doch auch mal geniessen können». Wenn man nur könnte.

Bürki hat Maschinenzehner gelernt und später die Klasse Innenarchitektur und Produktgestaltung an der Kunstgewerbeschule in Zürich besucht. Dass er heute das Büromöbel und verwandte Märkte bestens kennt, liegt nicht an der Liebe zum Gegenstand. Seine technischen und geographischen Voraussetzungen schnitten sich in Biglen, wo die Stahlmöbelfirma Bigla 1977 einen Konstrukteur suchte. Weil er nicht in die Welt wollte, ging Bürki zum Möbel. «I bi zum Möbu». Das tönt aus seinem Mund schon fast sentimental. Sonst nennt er seine Produkte mit Vorliebe «Sach», «Züg» oder «das da». Ein Satz von ihm: «Das Zeug soll eine Zeitlang halten».

Gehalten hat neben dem Zeug – für Bigla u.a. das Möbelprogramm «Systema» (1978–82), die Ruheliege «Loggia» (84), das Raumwandsystem «Axis» (88/89), das Möbelsystem «Opus» (seit 89), das Möbelprogramm «Arca» (95/96) – auch die Zusammenarbeit. «Die menschlichen Sachen» interessieren Bürki schwergewichtig. Arbeitspartner behandelt er nicht als austauschbare Begleiterscheinungen von Aufträgen. Dafür nimmt er mitunter Konzessionen beim Produkt in Kauf. Sagt, er habe immer wieder auf etwas verzichtet, wo ein anderer gesagt hätte, da mache ich nicht mehr mit, und habe oft «beide Augen zugeedrückt» – kein Sprachbild, das einem Designer einfach so in den Mund purzelt. Die Ortsbezogenheit und Reise-Unlust, die der Velofahrer Bürki mit leichter Koketterie zu erwähnen pflegt, hat in der Loyalität ihr eigentliches Territorium. «Man geht nicht einfach weg». Es ächzt und stöhnt darin der Wunsch nach radikalen Lösungen. So bilden Aufträge für einige wenige Firmen in und um Bern einen grossen Teil von Bürkis Arbeit, namentlich Bigla (77 bis 80 fest angestellt, seither frei), SBB (seit 81) und Biella (seit 93). Die Manager und Ingenieure kamen und gingen. Bürki blieb. Und die grosse Marktkennntnis, die sich daraus ergab, machte ihn auch nicht beweglicher. Er könne nicht einfach hingehen und ein Telefon machen, sagt er und lässt ahnen, dass es nicht eine Frage des Könnens ist, sondern des Kennens.

Wie der Hase läuft

Oft verbringt Bürki seine Zeit damit, Konstrukteure und Marketingleute in den Firmen sachte darauf hinzuweisen, dass

ihre Ideen weder neu noch gangbar sind. Er kennt die Bedürfnisse, die Preise, die Mechanismen des Marktes und der Konstruktion. Er lobt Arbeit in Gruppen und scheint dabei zu den WG-erfahrenen Mitbürgern zu gehören, die sich lieber knurrend über den Abwaschtrog beugen als den Boss zu markieren. «Jedes Mal dä Scheiss mit dene Tassli», sein Resümee zu fünfzehn Jahren Werkgruppe Bern.

Seine Lorbeeren geniesst er wohl – im Rahmen einer Demut, die teils schweizerisch-protestantisch, teils klassenkämpferisch vorgeprägt scheint. Zugleich setzt er sich systematisch in die Situation des Zweiflers, verspürt Defizite, Lernbedarf und Lernwillen. «Erklär mir das», so beginnen die spartenübergreifenden Gespräche, die er pflegt.

Was er kann: entgegenkommen, sich einlassen auf reale Voraussetzungen. Er bringt ein Spektrum von Anwendungsbedürfnissen mit einem Spektrum von Produkten zusammen. Statt die tiefstmögliche Liebe zwischen zwei hohen Wesen zu vermitteln – dem Produkt eines Stars und seinem feinsinnigen Käufer –, verheiratet Bürki das Gegebene mit dem Gegebenen. Das Resultat hat eine General-Qualität: Es ist günstig. Günstig im Aufwand, günstig im Gebrauch, was er auf Berndeutsch «gäbig» nennt.

All das läuft in einer Hauptressource zusammen: dem Halbfabrikat. Was die Industrie kostengünstig vorproduzieren kann, integriert er zu Produkten, die sich ihrerseits durch vielfältigen Gebrauch auszeichnen wollen. Das Partnervermittlungsinstitut Bürki schickt seine «Sach» nicht an ausgesuchte Adressen, sondern setzt sie in die Welt.

Gebrauchswert

Bürkis Methode richtet sich nicht nach Marken, sondern bringt schlicht eine Reihe von Ansprüchen unter einen Hut. Daraus resultieren Produkte, denen ich nicht unbedingt sofort ansehe, inwieweit sie meinen Standards tatsächlich entsprechen. Ob ein Ei ein Ökoei ist, lässt sich nicht mit der Form transportieren. Wenn Gebrauchsgegenstände zur funktionalen Reife gekommen sind, dann sind sie nicht nur schnell

erkennbar, sondern gleichen einander auch dementsprechend. Die entscheidenden Unterschiede stecken unter dem Hut, statt daran zu prangen. Bürki greift zum Biella-Ordner. Fragt, ob es mich stört, wenn er beim Reden auf- und abgeht.

Ein Ordner

«Das Produkt Ordner können Sie nicht radikal verbessern. Wer diesen Ordner verbessern will, betritt von Anfang an ein Minenfeld», so präsentierte Bürki Anfang der Neunziger ein Projekt im Haus Biella. «Dasch win es Hus, wo funktioniert, itz tüe mer's renoviere». Nachdem ihn die Firma engagierte, hat Bürki die Color-Kollektion des Biella-Ordners zu 97 Prozent vom Kunststoff befreit und mit laminiertem Papier überzogen. Damit hat er ökologische Tauglichkeit mit Dauerhaftigkeit kombiniert und zugleich dem Auge entzogen. «Öko-Ordner» haben eine unökologisch kurze Lebenserwartung, weil ihr visuell wirkungsvolles Öko-Argument Karton schnell vergilbt: «Der Kartonordner kommt mit einer völlig falschen Botschaft». Mitgesagt: Dem «richtigen» Ordner fehlt die offenbare Botschaft. Will ich ihn allerdings mit den nötigen Signalen versehen, dann wird er noch einmal teurer. «Sie müssen mit den stärkeren Drogen einfahren, damit noch gespürt wird, dass es anders ist». Bürki sieht die Achtziger als Inbegriff dieses Designs der obsessiven Suche nach dem augenfälligen Unterschied. Der grösste Teil des Ausstosses von damals sei vom Markt verschwunden.

Das Beispiel Ordner bringt seine Sichtweise auf den Punkt: Der Designer soll sich in der Verfeinerung der Substanz engagieren, sich als Fachmann der Konstruktion bewähren und sein Resultat auf den Tisch legen.

Danach, so Bürki, müsse man eben Werbung machen. Eine kuriose Arbeitsteilung, wenn man sie so strikt auffasst: Die Werber sollen aus dem Stück herausholen, was er darin verbarg. Kommunikatorisches Auswickeln wird zum Werbejob, der Designer muss – kann, will – nicht mehr mitreden, wenn der Markt zur Kundenseele wird. Das andere ist das Kommunizieren des Preises und seiner Berechtigung: Die Firma



«Funktionieren und Multiplizieren» ergänzt Bürki mit «Variieren», wenn es ums schnelle Ein- und Umbauen geht. «Axis», entworfen für Bigla, wird für Stand-, Laden- und Büro-bauten gebraucht. Der Trick: Die Verkabelung läuft ganz und gar über einen schmalen Hohlraum in der Decke



soll sich hinstellen und herüberbringen, woher der Aufpreis kommt, den der überlegte Ordner im Markt mit sich schleppt. Einige Rappen mehr sind bei Auflagen von mehreren Hunderttausend kein Pappenstiel. Da gehe jede kleine Verbesserung an einem Detail der Klammer schnell ins grosse Geld. Manchmal frage er sich, sagt er, was das eigentlich solle, sich mit Schreibunterlagen und Büroregalen herumzuschlagen. Dann, nach einem Blick auf den Ordner: «I ha Freud, wenn das da im Globus isch».

Zweiklassdesign

«Für den Markt», «für den Auftraggeber», «für den Gebrauch»: Ansprüche, denen Designer zu genügen haben. Dahinter gibt es bei Bürki den tiefen Wunsch: «Für alle». Ein Produkt ist ein Erfolg, wenn es die Klassenschranken eines elitären Designs zu überwinden vermag. Eines von tausend Produkten schafft Zustimmung von ganz oben bis ganz unten. Die Superleistungen des raffinierten Geschmacks, die Armanis und Gaultiers wollen diesen Anspruch nicht erfüllen: Sie stecken in der strahlkräftigen Nische des Starsystems. «Ästhetik ist ein Mittelklassephänomen», sagt Bürki dem. Beispiel Mode: «Was sich in der Vergangenheit durchgesetzt hat, etwa das Phänomen Jeans, war nie auf dem Laufsteg. Dort defiliert die Nische von der Nische, ein Ghetto letztlich. Die bringen das nie runter.» Runter wohin? Bürki kommt auf den Begriff «Massendesign», den er nicht despektierlich verstanden haben will, erwähnt als Beispiel Sony. Und was ist so toll daran, «für alle» zu arbeiten, mit einem Produkt an diesen überlaufenen Ort zu kommen, wo wir alle sind? Oder – schliesslich läuft es ja darauf hinaus – mit eigenen Produkten diesen Ort zu kreieren, zu symbolisieren? «Intercity Einheitswagen IV» heisst ein solcher Symbolort. Bürki hat dafür 1981/82 die Zweiklass-Bestuhlung entworfen, seine erste freie Arbeit. Es war die Zeit, als Uli Huber als Chefarchitekt bei den SBB begonnen hat. Auf die Frage nach den Vorzügen jener Arbeit aus heutiger Sicht kommt Bürki sofort auf die Kosten («unmöglich, sieben verschiedene

«D Chischtä» nennt Bürki sein Kastenmöbel «Arca», das er für Bigla 1994 entworfen hat, und er meint: «In 15 Kilometer Distanz zu USM muss sich eine Möbelfirma etwas Eigenes einfallen lassen. Die Kiste kann in einem halben Dutzend Formaten mit zahlreichen Material- und Einbauvorschlägen multipliziert werden.»



Schalen bauen zu lassen»), das Bauprinzip Stahlrohr («etwas, das sich in alle Richtungen biegen lässt, sehr stabil»), erwähnt die Farbe, mit der man heute wohl anders umgehen würde. Bemerkenswert am «Einheitswagen» ist letztlich zweierlei. Die Vorgaben: Keine Möglichkeit von Tests, alles musste innerhalb eines Jahres realisiert sein, mit vierzig Jahren Garantie. Das Resultat: Wir sitzen bequem, seit 15 Jahren. Wieder die Genugtuung des Massendesigners: «I ha Freud, we sich öpis bewährt». Visionäre zielen in die Ferne, Bürkis Gedanken kreisen da, «wo sich das Problem formuliert», im «Schaffe a der Sach». Man kann bei ihm bohren nach der Romantik, der Poetik, der revolutionären Form, und stösst doch immer auf denselben Kummer, dieselbe Sorge, dieselbe Freude, jenseits von jedem weitgreifenden Ideal: «Einfach, dass es funktioniert».

Eroberungen

Kombiniert man Bürkis Macherprinzipien «Funktionieren» und «Multiplizieren», dann ergibt sich so etwas wie eine Strategie: Man nehme sich ein Biotop vor, einen Lebensraum, eine weitverbreitete Umgebung. Etwa Schalterhallen, Vorplätze, Unterführungen und Perrons einer landesweit präsenten Eisenbahngesellschaft. Man formuliere sodann einen Gebrauchszusammenhang. So könnte es sein, dass herumstehende Leute beim Warten auf Züge die Gelegenheit erhalten sollten, einen Reiseprospekt in die Hand zu nehmen, zu studieren, vielleicht mitzunehmen. Dafür konstruiere man nun einen Gegenstand so, dass er quasi überall zum Funktionieren gebracht werden kann, ohne dabei materiellen oder ästhetischen Schaden zu erleiden. Im Beispielsfall wäre dies ein in der Form variierbares Möbel, das an Bahnhöfen ort- und zeitunabhängig platzierbar ist. Mit dem Möbel besetze man nun den betreffenden Lebensraum, und zwar einzig dadurch, dass man es richtig konstruiert. Das exemplarische Vehikel solcher designerischen Eroberung ist ein unscheinbares Metall-Rollmöbel in zehn standardisierten Typen. Es heisst SIS (Selbstbedienungs-Informationssystem). Es bleibt meist unversehrt und tut seinen Zweck seit 1988 auf sämtlichen Schweizer Bahnhöfen. Der Designer hat die Schadenfälle vorausbedacht und ausgeräumt, die SIS hätten treffen können. Sein Fazit: «Man kann es überall hinstellen und es funktioniert». Man kann SIS jedem Be-

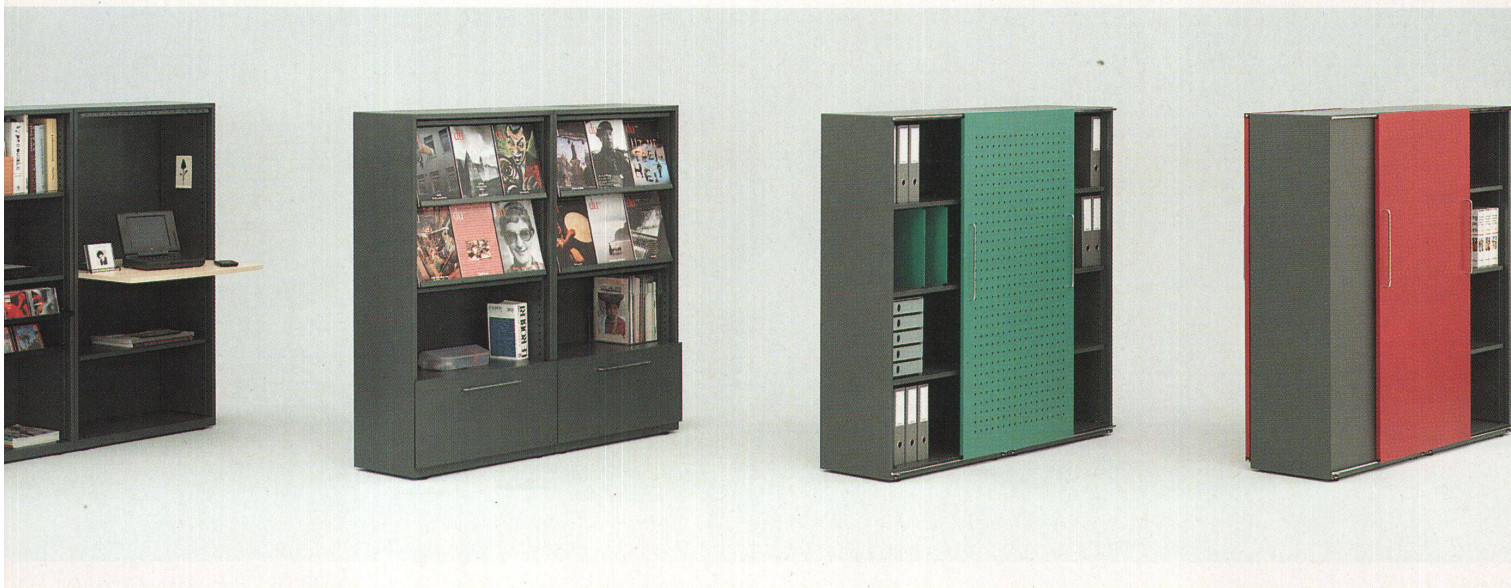
triebsdisponenten anvertrauen. Auch der Stararchitektur kommt ihm nicht in die Quere: «Dr Calatrava stört nen o nid.»

Im Zirkus

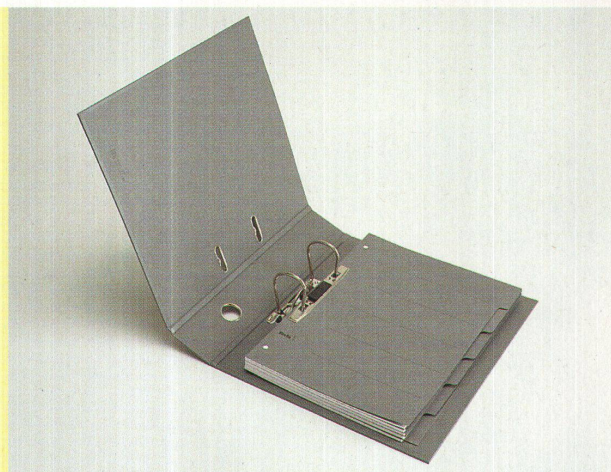
Nicht von ungefähr heisst vieles, was Bürki zeichnet, «Programm». Sein Erfolg hängt an der Fähigkeit vorauszusehen, was einem Objekt passieren kann. Das ist beim Bürostuhl nicht anders als beim Menschen, der darauf sitzt. Wie das Personal muss sich das Mobiliar in das Nomadentum vielfältiger Einsetzbarkeit fügen können: flexibel sein. Man braucht es mal da, mal dort, mal so, mal anders. Ein Zirkus, der meistens morgen wieder weiter muss, braucht Zelte, die ebenso leicht zu füllen wie zu leeren, zu errichten wie abzubauen sind. Das Reisebüro SBB-Kuoni im Bahnhof Bern beispielsweise haben die beiden Werkgruppe-Partner Andreas Bürki und Martin Bauer 1997 für einen im voraus feststehenden Zeitraum von höchstens fünf Jahren eingerichtet. Bürki jonglierte mit Spezialanfertigungen, Systemen und Halbfabrikaten aus der eigenen und aus fremden Küchen, die er mal unverändert übernahm, mal mit minimalem Aufwand anpasste. Er habe nichts anderes getan, sagt er, als das Ganze einfach zu leeren, um dann die Elemente hineinzustellen. Bei den Info-Pulten im Eingangsraum habe er «nur einen Doppelboden hingestellt und Büromöbel ab Stange draufgestellt, fertig».

Die 300-m²-Schalterlandschaft ist strukturiert mit Hilfe des Raumwandsystems «Axis», das die raumsparende Platzierung von Schränken und Kabeln erlaubt, die Front von den Hintergrundarbeitsplätzen trennt. Was Bürki interessierte, war eine beruhigende Raumgestaltung mit prägenden Horizontalen und einer visuellen, nicht aber akustischen Durchlässigkeit. Ansonsten dominieren Bürkis Adjektive durch alle Böden: zweckmässig, kostengünstig, flexibel. Nur an einem Ort gestand sich der Designer ein kleines Extra zu. «Das ist ja Ferien, das ist Tourismus», leitet er erklärend ein, um dann mit einem Fingerschnippen zuzugeben, dass er über den eigenen Schatten gesprungen sei und sich gesagt habe: «Jetzt könnten wir doch einmal ein wenig Farbe hineingeben.» Eine kesse gelbe Front, heisst das, und eine Zeile grüner Schubladen. Die Oberklugen werden es zuviel finden, die Marketingmenschen zu wenig. Und schon redet er wieder vom Zweck, vom Nutzen, vom Gebrauch. Als sei er immer-

«D Chischtä», das Kastenmöbel «Arca» taugt als Tragstruktur für einen Schrank, ein Gestell oder für einen eingebauten Arbeitsplatz



«Take 5» heisst der Postkartenhalter für Biella (1997). Die einzelnen, fast nicht sichtbaren Elemente aus einem Kunststoffstück tragen bis zu zehn Karten und sind frei addierbar



«I ha Freud, wen i nä im Globus gse schta» – zu hunderttausenden verliessen Bürkis Ordner Biella. Er liebt sie als Beispiel für «Massendesign» und träumt dabei vom Design «für alle» und nicht nur für die vom Laufsteg



während dabei, innerlich eine Beige von Notwendigkeiten abzuklappen: «Und dann hat es noch einen Abfallkorb, den vergisst man auch immer, und wenn ich den einfach auf den Boden stelle, dann steht er zwei Tage später irgendwo.» Das Büro steht und funktioniert zwar, er könnte es vergessen, doch so geht das fort in seinem Kopf. Und wenn morgen einer komme und plötzlich einen zusätzlichen Drucker wolle, «dann werde ich ihm schnell ein Brättli machen, so.» Umtriebig ist er, assoziierend, kalkulierend im Kleinen, bis der Massstab wieder springt, zur Frage nach dem Sinn. Oder zu einem Detail, für das er nichts kann: «Der kleine Teppich vor dem Schalter und die Reklame drauf sind nicht von mir.»

Lebenszyklen

«Ich habe gemerkt, dass ich die Dinge nicht so ernst nehmen sollte. Aber gopfertelli nomol, ich kann einfach nicht sagen:

Es ist jetzt gut, es reicht, das sieht man ja nicht. Von daher kommt der Druck. Aber ich bin nicht sicher, ob ich immer etwas möchte, das möglichst lange hält. Warum sollen Produkte ewig halten, wenn Du nicht mehr weisst, wie lange Du mit einer Frau zusammen bist, wie lange Du den Job noch hast?»

Bald darauf fahren wir stadteinwärts. Unterwegs, als mir beim Reden über Preise das Wort «billig» herausrutscht, kommt Bürki noch einmal auf den Unterschied, den er als junger Mann einst als Formel verinnerlicht hat: «Nicht billig – günstig.»

Am Bahnhof bleiben mir drei Minuten. Ich werfe einen letzten Blick auf das SBB-Reisebüro. Oben am Last Minute Corner hat Bürki, wie er sagte, eine Laufschrift «dratätscht». Die SBB bietet mir in roten Leuchtbuchstaben an, billig nach Sharm el Sheikh zu fahren.